

“DOĞRU” TİCARET

Günü kurtarma uğruna
herşeye gözlerimizi mi kapatıyoruz?

*Gıda ambalajı konusunda uzun yılların getirdiği Sektör deneyimine ve bilgi birikimine sahip **APACK** Kurucu Ortağı **MUHARREM DEMİR**, son günlerde giderek artan hileli ürün konusunu değerlendiriyor.*



Arada sırada iş yoğunluğumuzdan, firma meşguliyetlerimizden zaman ayırıp dünyaya ve ülkemize bakıyoruz. Ancak kafamızı kaldırıp dikkatimizi dünyaya her çevirdiğimizde etrafımızda deforme olmuş, ticari ilkelerini yitirmiş, ahlaki nitelikleri zayıflamış unsurlar buluyoruz.

Son tüketiciyi kandırmaya yönelik bu ticari faaliyetlerin bütün sektörleri sırtından bıçakladığının farkına varan var mı acaba?

Yoksa günü kurtarma uğruna herşeye gözlerimizi mi kapatıyoruz?

Bakanlığın Ağustos 2016 başında hileli ürün yapan firmaları ve ürünleri içeren yeni bir liste yayınladı. Etti bala kadar bir sürü ürün sahtekarlığı tespit edilmiş. Ne yazık ki içinde yoğun tüketimi olan bilindik markalar da mevcut.

Hata nerede? Piyasa koşullarında mı? Ticaret anlayışımızda mı? Üreticide mi? Tüketicide mi? Pazarlamacılarda mı? Aracı firmalarda mı? Büyük marketler zincirlerinde mi?

Özellikle taze et ve et ürünleri pazarı uzun zamandır huzurumuzu kaçırıyor. İçeriği belirsiz sucuk, salam, sosisler; mantı, börek, pizza gibi içinde et(!) barındıran ürünler, hazır kıymalar, köfteler, nugget gibi üzeri kaplanmış hileli gıdalar sektörün üzerine kara bir leke gibi yapışıyor.

Almanya gibi gayri safi milli hasılası bizden çok yukarılarda olan ülkelerde en kaliteli dana kıymasının kilosu 4 Euro (yaklaşık 12 TL). İç pazarımızda bir kilo kıyma 40 liradan başlıyor. Hem yüksek fiyatla ürün satılıyor hem de böylesine usülsüzlükler yapılıyor. Anlamak mümkün değil.

Benzer durum süt ve süt ürünlerinde de canımızı sıkıyor. Geleneksel yoğurdumuz sağlığa yararlı konumundan uzaklaşıp garip bir macun haline geldi. Süt beyaz steril bir sıvıya döndü. Peynir üretiminde süt yağı yerine bitkisel yağ kullanılıyor. Kaşar ve tereyağı içinde jelatinden patatese kadar bir sürü katkı maddesi var.

APACK Ambalaj Makine Sanayi ve Tic.Ltd.Sti.

Ferhatpaşa Mah. 22.Sokak No:43 34888 Ataşehir • İstanbul / TÜRKİYE

www.apack.com.tr info@apack.com.tr

Biz son birkaç yıldır inanmadığımız, başarılı olacağından şüphelendiğimiz hiçbir gıda projesinde yer almadık. Bakanlık tarafından ilan edilen bu firmaların hiç birinde de makinamızı yok. En azından ekmeklerine yağ sürmedik, bu bozuk süreçte yer almadık diye kendi kendimizi avutuyoruz.

Ancak piyasayı bu bozuk düzene itekleyen kısır döngü nedenleri de görmezden gelmemeliyiz. Her geçen gün dünya pazarında itibarımızı yitiriyoruz. Her geçen gün iç piyasada son tüketicinin güvenini yitiriyoruz. Ambalajlı ürün denildiğinde bir adım geri çekilen, pakete şüpheyile bakan insanlar var. Bu kaygıları pek de yersiz değil ne yazık ki.

Gıda ürünlerinde sağlık-verimlilik-kazanç denklemini iyi kurmak gerekiyor. Bu unsurların sadece “kazanç” maddesini göz önüne alırsanız işte böyle utanç verici durumlara düşeriz.

Bu denklemde, üreticiler kadar, toptan büyük ölçekli alımlar yapan grupların gözden kaçmayan hataları da söz konusu. Reyonlarında en ucuz ürünü müşterilerine sunma politikası ön planda olan bu yapılar, hatalı satış politikaları yüzünden pek çok üreticiyi bataklığa sürükledi. Sadece en ucuz olma özelliğini üreticiye diretince onlar da kaliteden ödün vermeye başladı. Bu satış politikası bütün sektörü sırtından hançerliyor. Bugünü kurtardıklarını zanneden pazarlamacılar sistemi yanardağın kızgın lavlarına attıklarının farkında değil. Firmalarının satışını arttırırken geride inanılmaz bir enkaz bırakıyorlar.

Bu “kirli” satış ve pazarlama politikasına teslim olan gerek üretici, gerek marketlerin bir an önce silkinip daha doğru yol ve yöntemlere geçiş yapmaları çok önemlidir.

Sadece “ucuz” ürün peşinde koşan tüketicilerin de bu alışveriş yöntemlerini terk ederek sağlıkları açısından daha seçici bakış açısına kavuşmaları kritik öneme sahiptir.

Bu konuda devletin üretici ve pazarlamacıları denetimi ve yönlendirmesi; tüketiciyi de bilinçlendirmesi şarttır. Yoksa kendi kuyruğunu ısırarak bir canavar gibi kendi kendimizi yok edeceğiz.

Dünyada ticaretin sınırları kalkmıştır. Bu devasa pazarda sadece “ucuz” argümanı ile varlığını koruyamazsınız. Pazarın büyük oyuncularına baktığınızda “ucuz” lafının bunlarda geçerli olmadığını görürsünüz. İç pazarda birbirimizi zehirleyerek, birbirimizi kazıklayarak nereye kadar gidebiliriz? Bu kirli çarkın biran önce durdurulması kaçınılmazdır.

Biz APACK olarak ülkemizin marka değerini yükseltebilmek için gece gündüz emek sarfediyoruz. Bilgi ve deneyimlerimizi “doğru” işler yapmak isteyen bütün üreticilerle, marketlerle, yatırımcılarla paylaşıyoruz. Daha iyisini ve daha kalitelisini üretmek için ambalaj çözümleri sunuyoruz.

Bugün 76 ülkede iş bağlantımız var ise, bu uzun koşuda hileye hurdaya kaçmadığımız içindir.

Bütün sektör paydaşlarını gelecek için kirli değil “doğru ticaret” yapmaya davet ediyoruz.